

**POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Návrh reklamní kampaně nové kosmetické řady společnosti Manufaktura

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Kopecká Tereza

**Oponent práce:** Ing. Olga Kutnohorská, Ph.D.

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	<b>X</b>
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	<b>X</b>
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	
	Aktuální prameny	<b>X</b>
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	
	Postačující množství	<b>X</b>
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	<b>X</b>

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

**Další hodnocení:**

Za hlavní cíl práce si autorka stanovila navrhnout reklamní kampaň nové kosmetické řady společnosti Manufaktura. V teoretické části práce se autorka věnuje problematice marketingové strategie, marketingovým nástrojům a marketingové komunikaci. Připravuje si zde teoretické zázemí pro následující praktickou část. Z hlediska obsahu teoretická část dostatečně pokrývá danou problematiku, autorka čerpá z relevantních literárních zdrojů. Doporučila bych zúžit záběr rešerše a spíše se více věnovat teorii přímo související s reklamní kampaní. Způsob práce s odbornou literaturou je na velmi dobré úrovni. Praktická část začíná představením společnosti Manufaktura a stručným popisem hlavních zásad její marketingové strategie. Následuje velmi krátké představení nové kosmetické řady, pro kterou bude navržena reklamní kampaň. Pro to, aby kampaň mohla být skutečně účinná, by bylo vhodné věnovat této části více prostoru. Práce pokračuje návrhem komunikační kampaně, který je velmi kvalitně připravený, a to včetně časového harmonogramu a finančního rozpočtu. Praktická část je zpracována velmi pěkně, oceňuji její komplexní pojetí. Je zde však uvedeno mnoho tvrzení, která nemá autorka ničím podložena, jsou pouze jejím (mnohdy diskutabilním) názorem, což podstatným způsobem snižuje kvalitu celé práce. Byl proveden jeden strukturovaný rozhovor a pouze jedna skupinová diskuze s 6 muži ve věku shodném s věkem cílové skupiny, což rozhodně nepovažuji za dostatečné. Práce je zakončena přehledným shrnutím poznatků a návrhů. V textu se vyskytují gramatické chyby.

**Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:**

Na str. 20 uvádíte: „Respondenti při skupinové diskusi uvedli, že je tato pánská řada na první pohled oslovuje. Dále uvedli, že se jim líbí a to i přesto, že je trochu nevýrazná a jen tak by si jí nevšimli.“ Nejde o rozpor? Jak si tato tvrzení vysvětlujete?

**Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:**

Na str. 22 je uvedeno: „Z důvodu věku zvolené cílové skupiny se autorka rozhodla využít jako další médium internet.“ Zdůvodněte, na základě čeho jste učinila toto rozhodnutí? Domníváte se, že bylo oprávněné?

**Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:**

Je cílová skupina pro novou kosmetickou řadu charakterizována pouze prostřednictvím pohlaví a věku? Považujete tuto klasifikaci z hlediska optimálního zacílení kampaně za postačující? Jaká další kritéria byste zvolila pro lepší zacílení reklamní kampaně?

**Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

Klasifikace	výborně	
-------------	---------	--

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

	velmi dobře	
	dobře	<b>X</b>
	nevyhovující	

**Datum: 09.06.2016**

\_\_\_\_\_  
**Podpis oponenta práce**